

Y generációs életstílus és munkához való hozzáállás riport

Kvalitatív kutatás eredményei

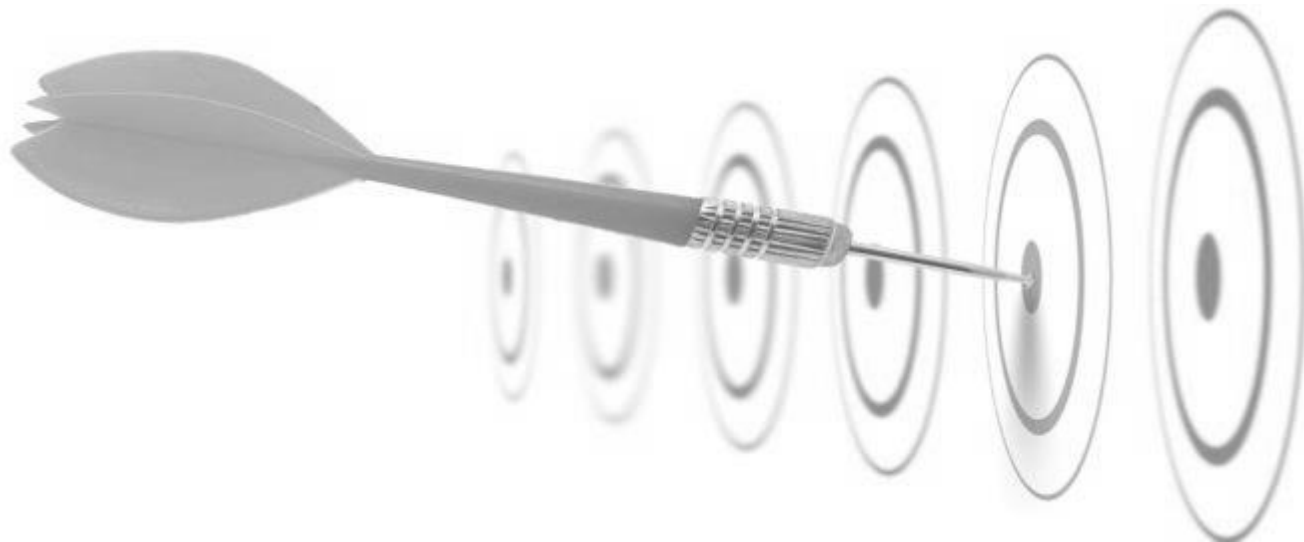


Az anyag két nagy logikai egység mentén tárja fel a témát: egyrészt az Y generációk általános életstílusát, másrészt a munkához való viszonyát vizsgálva.

Kutatási cél, módszertan, célcsoport	3
A kutatási tapasztalatok összefoglalása	7
Részletes eredmények	15
Életstílus - általános értékek	16
Életstílus – szabadidős tevékenységek	24
Életstílus – tájékozódás, médiahasználat, digitális eszközhasználat	27
Munkához való viszony – oktatás, diploma megléte	32
Munkához való viszony – álláskeresés, munkahelyváltás, elvárások	35
Munkához való viszony – generációk a munkahelyen	43



Kutatási cél, módszertan, célcsoport





A kutatás célja

A Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara **komplex, 6 elemű piackutatás** keretében szeretné megismerni az Y, és a Z generáció életstílusát, attitűdjeit, elvárásait és a munkához való hozzáállását, azért, hogy párhuzamba tudja azokat állítani a cégek elvárásaival, igényeivel.

A kutatás eredményeképpen feltáráásra kerülnek a fiatal generációk, mint munkavállalók igényei, valamint a munkaadó cégek elvárásai. **A kétirányú megközelítés így alkalmas arra, hogy a BKIK az eredményeket a tagjai felé kommunikálva a cégek jobban megérthessék a fiatalok motivációt elősegítve ezzel a hatékonyabb munkaerő keresést, és megtartást.**

A kutatás felépítése

ELSŐ FÁZIS – KVALITATÍV FELTÁRÁS

1

20 db mélyinterjú Y generációs fiatalokkal



2

20 db mélyinterjú Z generációs fiatalokkal

3

8 db mélyinterjú budapesti munkaadó cégekkel

Jelen anyag a 20 db Y generációs mélyinterjú eredményeit tartalmazza.

MÁSODIK FÁZIS – KVANTITATÍV KUTATÁS

4

1000 online kérdőív Y generációs fiatalokkal

5

1000 online kérdőív Z generációs fiatalokkal

6

300 telefonos kérdőív budapesti munkaadó cégekkel



Célcsoport

Y generáció: Az Y generáció egy új típusú nemzedék, melynek kialakulásában a technika száguldó fejlődése játszott rendkívül fontos szerepet. **Jellemzően az 1980 és 1994 között születetteket soroljuk ide.**

Az Y generáció a jelenlegi fiatal felnőtt korosztály. Ők már gyerekkorukban találkoztak az internettel, magánéletüket is átszövi a világháló. A technológiai fejlődésnek köszönhetően kinyílt számukra a világ: az okostelefonok, az internet, a tabletek, közösségi oldalak már a mindennapi életük részei. Egyszerre több csatornán szerzik be az információkat, egyszerre több technikai kütyüre is képesek fókuszálni, nyitottak a fejlődésre.

Témakörök

- Értékek, attitűdök, életstílus
- Szabadidős aktivitások
- Médiahasználat
- Tartalomfogyasztás, - preferenciák
- Iskoláztatással, továbbképzésekkel kapcsolatos elvárások és vélemények
- Milyen számukra egy ideális munkahely? Milyen feltételeket biztosít (fizetés, juttatások stb.)? Milyen munkakörben képzelik el magukat? Milyen légkört várnak el?
- Hogyan képzelik el a jövőjüket? Melyik országban, családdal, anélkül? Milyen céljaik vannak? Mit hajlandóak feláldozni, megtenni a céljaikért? Mennyi idő alatt szeretnék elérni a céljaikat?

Kivitelezés

Módszer: 60 perces személyes és telefonos mélyinterjú
Terepmunka: 2020. január vége – február eleje



Az eredmények értelmezése

Generation



Generation



Jelen kutatás során **20 véletlenszerűen kiválasztott Y generációs fiatallal készült interjú**, Budapesten, Kelet- és Nyugat Magyarországon elosztva, nemek szerint vegyesen. Tudatosan figyeltünk arra, hogy különböző élethelyzetű, iskolai végzettségű, világnézetű válaszadó kerüljön be a mintába.

A kutatás eredményeinek értelmezésénél figyelembe kell venni, hogy a generációkat egyének alkotják, saját személyiséggel, preferenciákkal és világnézettel.

Az sem elhanyagolható szempont, hogy az adott egyén életének mely szakaszánál tart (például az első főállás, a gyerekvállalás, vagy a hitelfelvétel). Ezek az életesemények mind-mind befolyással vannak az egyén döntéseire, fejlődésére.

Minden generáció egyének összessége, de a generációs elméletek, leírások valamilyen szinten mindig sematikusán írják le az adott korosztályt és mozgatórugóit.

Mindez nem jelenti azt, hogy összefüggéseket és általánosságokat nem lehet feltárni, mindössze arról van szó, hogy a generációk sokrétűek, ezért a címkézésnél többet érdemelnek.





A kutatási tapasztalatok összefoglalása

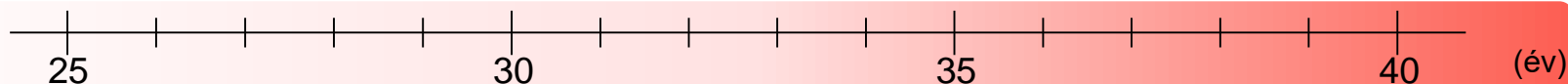




Mi jellemzi az Y generáció életstílusát? 1.

Az Y generáció 15 évnyi időtávot ölel fel, ők a jelenlegi 25-40 éves korosztály

A generáció fiataljainak kihívás a munka világába való belépés, a generáció közepének feladata a tapasztalatszerzés és életük stabilizációja, míg az „idősebbek” számára a család és az otthonteremtés a hangsúlyos.



Jellemzőik:

- később alapítanak családot, vállalnak gyermeket,
- mert **először meg szeretnék teremteni a biztos hátteret** és utána belevágni a családalapításba. **A generáció alapvető kihívása a saját tulajdonú otthon megteremtése**
- az Y generáció saját magát **nyitottnak, lendületesnek** értékelte, akinek egyik alapvető motivációja a **függetlenség, függetlenedés**. Emellett azonban a negatív jelzők között feltűnik a **türelmetlenség, a fásultság és a kényelem** is
- befogadóak, **nyitottak az újdonságokra**, könnyen és **gyorsan sajátítják el a technológiai újításokat**
- **életritmusuk felgyorsult**, ami könnyen időhiányhoz, hajszoltságához vezethet



AKA: Generation Y
Echo Boomers
Boomerang Generation



Mi jellemzi az Y generáció életstílusát? 2.

Jellemzőik (folytatás):

- számukra fontos értékek a család, a barátok, az anyagi biztonság, a siker
- takarékoskodnak, de nem szívesen tagadnak meg maguktól semmit - az élmények, utazások alapvető fontosságúak a számukra
- rendkívül gyakorlatiasak, az internet használata alapvető szükségleteik közé tartozik, ahol könnyen tájékozódnak
- az internetes közösségi oldalak hatása az az életükre, hogy az ismerőseik megítélik őket a posztolt tárgyaik és környezetük alapján, ami a saját elvárásaik mellett még plusz megfelelési kényszert is rak rájuk
- ha nem látják a jövőt biztosítottnak az adott országban, elhagyják azt (a jobb megélhetés reményében)
- trendkövetők és kiszélesedett kapcsolati hálójával rendelkeznek, ezáltal elengedhetetlen többségüknek, hogy több platformon is elérhetőek legyenek
- fontos számukra a munka – magánélet egyensúlya: tudatosan odafigyelnek, hogy meglegyen a számukra szükséges kikapcsolódási idő
- szabadidejükben aktívak



AKA: Generation Y
Echo Boomers
Boomerang Generation



Az Y generáció tájékozódási forrásai, digitális eszközhasználata

Jellemzőik:

- a hagyományos médiumok szerepe (tévé, rádió) leértékelődött számukra
- **személyre szabott és bármikor elérhető tartalmat keresnek az online világban**
- a korosztály amennyire tudja, kerüli a reklámokat (a fiatalabbak pedig a napi híreket is)
- **nem ők akarnak alkalmazkodni a médiához, hanem a médiától várják el, hogy alkalmazkodjon hozzájuk**
- tájékozódásuk központi platformja az internet
- **a kommunikáció uralja a virtuális tér használatát:** körükben az kapcsolattartás és a közösségi oldalak felkeresése a leggyakoribb online tevékenység. Emellett az információgyűjtés, az online játékok, illetve a vásárlás tekinthető a leggyakrabban végzett tevékenységnek a virtuális térben
- **az okoseszközök használata a mindennapi életük része,** mert praktikusak és megkönnyítik az életet
- a mobiltelefon univerzális eszközként mindenki életének a része, a többség az ügyei nagy részét is a telefonja segítségével intézi
- a televízió számukra csupán egy képernyő, amely egyaránt használható videójátékokhoz, internetezés és zenehallgatás során





Y generációs álláskeresési szokások és a munkahelyváltás indokai

A generáció az álláskeresés során is tudatos, egyértelműen megfogalmazza elvárásait, információt gyűjt, összehasonlít és véleményt formál a munkaadóról még találkozást megelőzően.

- Az álláskeresés során is **a hagyományos platformok**, mint az újság, tévé és rádió szinte **teljesen háttérbe szorultak az internettel szemben**
- ebből adódóan főleg **az Y generációs munkavállalók elérésének egyik hatékony eszközévé vált az internetes platformokon való jelenlét.** A közösségi oldalakon történő profil létrehozás, megjelenés és hirdetés egy új, hatékony fegyver lehet a munkaadók kezében.
- Egy állásajánlat **fő vonzerejét** a benne feltüntetett **kiváló anyagi juttatások, a jó munkahelyi légkör, és a work-life balance lehetőségei képezik.**



Az Y-generáció **magasabb fizetéshez, jobb pozíciókhoz juthat a gyakoribb váltással, és könnyebben találhatják meg azt a közeget, ahová igazán illenek.** Ennek megfelelően az Y generációs munkavállalók **váltása** olyan jellemző, ami szinte **mindenképpen megtörténik, a kérdés csak az, hogy mikor.**



Az Y generáció munkával kapcsolatos elvárásai

Az Y generáció tagjai **magas elvárásokat támasztanak** a munkahellyel szemben, és jellemzően úgy akarják munkájukat kialakítani, hogy az az életvitelükhöz igazodjon, nem a saját életüket igazítják a munkájukhoz.

Elvárásaik:

- **Vezetőiktől** is, az alapvető szakmai hitelességen túl, a **kapcsolatorientált működésmódot, a személyességet, a visszajelzést, a támogatást és figyelmet várják el.**
- Olyan **munkakörnyezet és hangulat**, amely fokozza, motiválja hatékonyságukat
- **Rugalmasság:** munkaidőt és akár a munka helyszínét tekintve – közel állnak hozzájuk az atipikus foglalkozási formák.
- **Megfelelő fizetési szint és motivációs rendszerek.**
- Fontos számukra **a munka élményként történő megtapasztalása.**
- **Egyensúly a munka és a magánélet között.** Határokat kívánnak szabni a munkájuk és magánéletük között. A munkára gyakran egy olyan szolgáltatásként gondolnak, amely bizonyos tevékenységükért cserébe pénzt termel nekik, így a munkaadóra, mint szolgáltatóra számítanak a munkaidő optimalizálásában.



A munkahelyi generációs nehézségek jellemzően nem érintik őket. Szerintük a nehézségek inkább személyiség-, mint korfüggők, azaz nekik nem okoz nehézséget együttműködni különböző korosztályokkal. Ennek megfelelően a generációs problémák feltehetően inkább a munkáltatókat érintik pl. kommunikációs és motivációs szempontból.



Javaslatok a BKIK számára 1.

Az Y generáció életstílusát, munkával kapcsolatos elvárásait megismerve a BKIK edukálhatja tagjait, és ezáltal tanácsot adhat nekik, hogy hogyan viszonyuljanak a sokak által „problémásnak” érzékelt Y generáció megtartásához, motivációjához.

Feltárt információ

A generáció egybehangzó a véleménye az, hogy az iskolai képezés során nem kaptak megfelelő felkészítést a munka világára.

Javaslat

A BKIK közvetítő szerepe a munkaadók és az oktatás között a munkahelyi elvárások és a oktatás közelítése ügyében.

A generáció hagyományos üzenetekkel és toborzási eszközökkel nehezen elérhető és csábítható.

Az BKIK tagok kapjanak tájékoztatást, hogy a generáció az interneten elérhető és az állásajánlat fő vonzerejét a benne feltüntetett kiváló anyagi juttatások, a jó munkahelyi légkör, és a work-life balance lehetőségei képezik.



Feltárt információ

Az Y generáció magas munkahelyi elvárásokkal érkezik a munka világába:

- támogató/fejlesztő vezetői stílus,
- laza hangulatú és rugalmas munka körülmények
- ráadásul alacsony az áldozathozatali hajlandóságuk a munkahely és a karrier érdekében, és szigorú határokat kívánnak tartani a munkaidőt tekintve

Javaslat

A BKIK tagok kapjanak tájékoztatást arról, hogy a generáció elkötelezésének feladata ebben az esetben főként a vezetőkre vár. El kell adni az Y-osoknak a szakmai-, és munkahelyi célokat! Miért jó, miért értelmes az, amit csinálunk? Érzékelteni kell velük, ha egyre profibbá válnak a munkájukban, idővel megszeretik a közösséget, és nem az anyagiak lesznek a fő szempont számukra.

Ha az időbeosztásban szabadságot biztosítunk nekik, majd a munka során átélik azt, hogy értelmes célokért dolgozhatnak egyre hatékonyabban, profibban, és a munkahelyi közösség is fontossá válik számukra, rövid időn belül sokkal inkább ragaszkodnak majd a munkájuk alapos elvégzéséhez, mint a privát idejükhöz.



Részletes eredmények





Életstílus - általános értékek



Values

Mottó:

„A korosztályomban nagyon széles körű, hogy hogy laknak, meg miket dolgoznak. A szívességekből élő és majd lesz valahogy hippiken keresztül a már saját lakásom van és gyerekem, és tavaly megházasodtunk típuson át minden van. Ez a spektrum a baráti körömben 26-tól kb. 38-ig.”

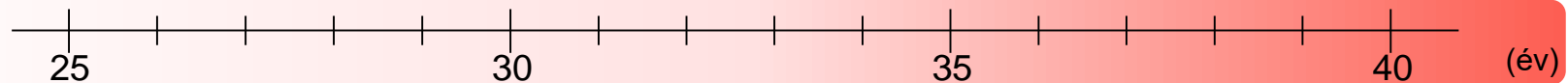
nő



Az életstílust meghatározó élethelyzetek

Az Y generáció 15 évnyi időtávot ölel fel, ők a jelenlegi 25-40 éves korosztály. Életüket meghatározza az internet jelenléte és a gazdasági válság formálta világnézetüket. Hiába tartozik egy generációba ez a korcsoport, attól függően, hogy fiatalabbak vagy idősebbek, az életük, életstílusuk változatos: **a generáció fiataljainak kihívás a munka világába való belépés, a generáció közepének feladata a tapasztalatszerzés és életük stabilizációja, míg az „idősebbek” számára a család és az otthonteremtés a hangsúlyos.**

Érdekes megfigyelni, hogy akik közelebb vannak a 25 évhez, attitűdjükben közel állnak a fiatalabb Z generációhoz, viszont a 40 évesek és azok, akinek már gyermekük van, értékeikben közelítenek az idősebb X generációhoz.



„Tevékeny, pörgős életszakaszban vagyok a sok munka és tanulás miatt.”
nő

„Jelenleg leginkább az otthonteremtés, ami foglalkoztat. Szeretnék minél jobb életkörülményeket teremteni.”
férfi

„Kihívásokkal teli az életem, mert van egy másfél éves kislányom és ingatlan vásárlásra adtuk a fejünket úgy hogy most ezek határozzák meg az életünket. Mozgalmas időszak.”
férfi

„Az életem most abban a szakaszában van, hogy sikerült megfelelő anyagi egzisztenciát biztosítanom magamnak.”
férfi

A korosztályban megfigyelhető, hogy a korábbi generációhoz képest jellemzően **később alapítanak családot, vállalnak gyereket, mert először meg szeretnék teremteni a biztos hátteret és utána belevágni a családalapításba.**

Az internetes közösségi oldalak hatása az az életükre, hogy az ismerőseik megítélik őket a posztolt tárgyaik és környezetük alapján, ami a saját elvárásaik mellett még plusz megfelelési kényszert is rak rájuk. (Bár a legtöbben igyekeznek ettől függetleníteni magukat.)

„Önerőből nagyon nehéz saját lakáshoz jutni. A gyerekvállalás is kitolódik, mert még élni akarunk és nem is tudjuk mindig pontosan, hogy mit akarunk/keresünk. Nagy rajtunk a megfelelési kényszer (pl. Instagramról), hogyan kéne jól érezni magunkat.”
férfi



Milyennek látja magát az Y generáció?

Az Y generáció saját magát nyitottnak, lendületesnek értékelte, akinek egyik alapvető motivációja a függetlenség, függetlenedés. Emellett azonban a negatív jelzők között feltűnik a türelmetlenség, a fásultság és a kényelem is.

„Lendületesek, fiatalosak, nagyravágyók és ez rám is jellemző. Mindig többet akarok mint az átlag vagy mint a körülöttem élők.”
férfi

„Független vagyok (a szülőktől), nyilván a feleségemmel együtt értem ezt. A magunk urai vagyunk. Szabadnak érzem magam. Mindenünk megvan, a gyerekvállalás előtt állunk, úgyhogy még ezt tervezzük.”
férfi

„Azt érzem, hogy mindenki egyből a karrierje elején akar egyből nagyon sokat keresni. És már egyből meg akarja szedni magát az elején. Nincs benne a mai fiatalokban az, hogy végig járják a ranglétrát.”
férfi

„Azt látom, hogy már most úgy élünk, mint a nyugdíjasok. Felkelünk, dolgozunk, este 8-9-kor tévé előtt vagyunk, és indul újra. És ebből nem az van, hogy tudunk félretenni, tervezni, hanem hogy hónapról hónapra élünk, maximum el tudunk menni együtt nyaralni egy hétre, de csak Horvátországba, és ennyi az élet. Vagy elmegyünk berúgni, hogy engedjük ki kicsit a gőzt hétvégente. De ez nem megoldás.”
nő





Milyen értékek számítanak az Y generáció számára?

„Egészség az fontos, jó munkahely, anyagi biztonság, család az szinte az első helyen van. Az emberi kapcsolatok.”

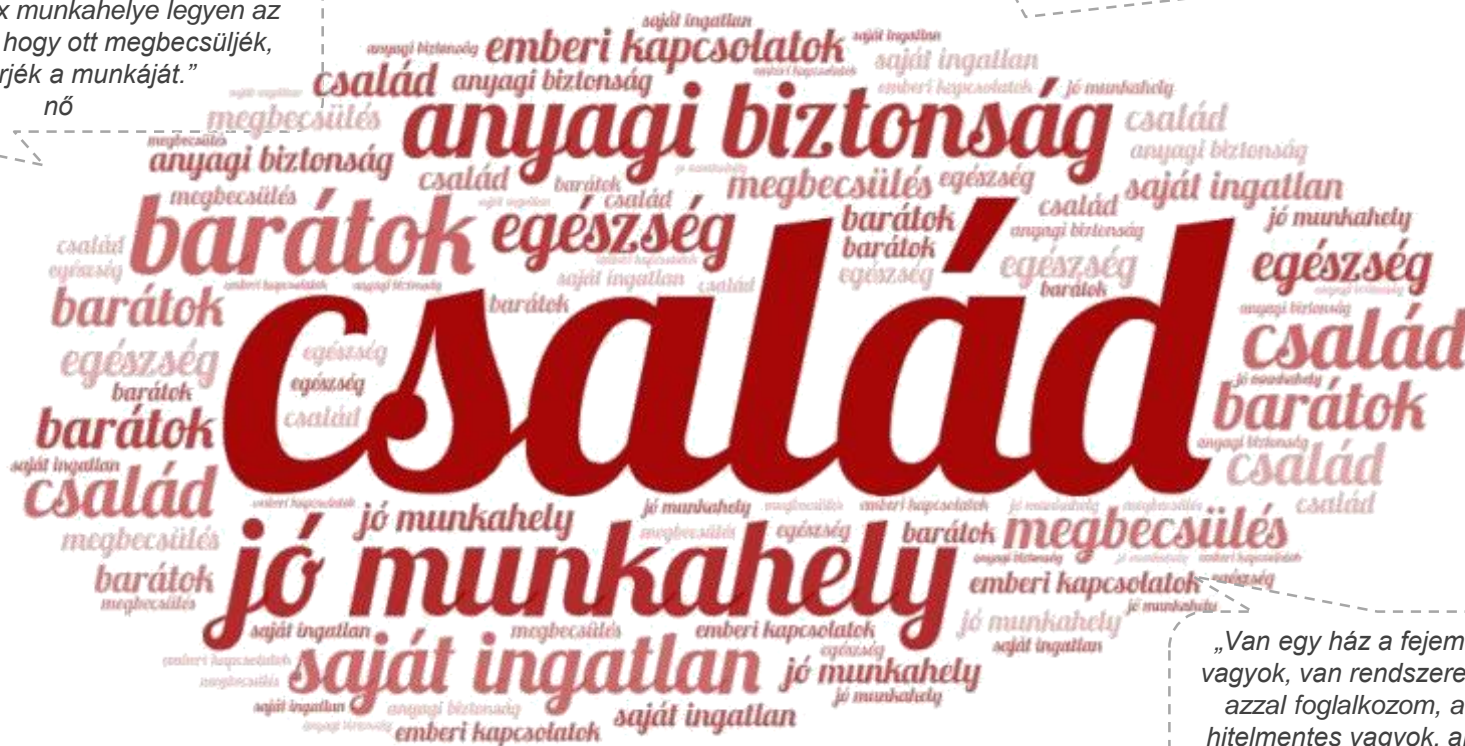
nő

„Fontos, hogy számíthassak a családomra. Ezen felül, hogy olyan munkahelyem legyen, ahova szívesen járok be dolgozni és nem undorral. Fontos, hogy minőségi barátok vegyenek körbe, akikre szintűgy számíthatok nem csak a jó dolgokban, hanem a rosszakban is egyaránt.”

nő

„A becsület nagyon fontos a számomra, fontos hogy fix munkahelye legyen az embernek és hogy ott megbecsüljék, elismerjék a munkáját.”

nő



„Van egy ház a fejem felett, boldog vagyok, van rendszeres jövedelem, azzal foglalkozom, amit szeretek, hitelmentes vagyok, amit lássunk be a mai világban elég ritka.”

nő

„Család , kisgyerek. Fontos hogy legyen fedél a fejünk felett. Fontos a biztos munkahely. Fontosak a barátok akikre támaszkodhatok ha szükség van rá és ez fordítva is igaz . Ez kölcsönös , mert én is segítek ha nekik van rá szükségük. Segítjük egymást amiben tudjuk .”

férfi

„Fontos számomra a családom, örülök, hogy van saját házunk, s jó az anyagi helyzetünk. Nem kell azon gondolkodnom, hogy marad e a hónap végére pénzünk.”

nő



Hogyan látják az életüket formáló hatásokat az Y generációsok?

Ez a generáció az oktatáshoz és az utazáshoz való hozzáférést természetesnek találja, nem lehetőségnek, mint az idősebb korosztály

Az életüket pozitívan befolyásoló hatások:

- ✓ Lehetőségként csupán a gazdasági helyzetből adódó **munkaerő keresletet** említették, azaz,
 - ✓ hogy **van munkahelyi választási lehetőségük,**
 - ✓ és **esélyük a tapasztalatszerzésre, fejlődésre**

„Rengeteg diákmunka, amik közül választani lehet és ezzel már fiatalon munkatapasztalatot szerezni.”

nő

„Rendkívül sok a munkalehetőség és jelenleg az álláskeresőket diktálják a piacon a feltételeket.”

férfi

„Munkára és életre gondolok egyaránt, annyira felgyorsítottuk az életünket, hogy mindenkitől azt hallom, hogy „erre sincs idő, arra sincs idő.”

nő

„Negatívumként az időhiány, talán ami a legfájóbb hisz valaminek mindig a rovására megy az elfoglaltság. Nehéz megtalálni az egyensúlyt.”

férfi

„Van a Facebook, Instagram ilyenek, és az ember hajlamos mindig csak a jókat látni. Korábban nem volt ilyen tükör, ami rombolta az önképet, ilyenek. Minket ez jobban érint, hogy más, aki ennyi éves, mint mi, miért nyaral itt, meg ott, meg amott? Aztán közben lehet, hogy csak kirakat. Mindenki türelmetlen és egyből a csúcsa akar menni.”

férfi

„Baráti körben a többség még nem ment bele családalapításba, még otthon vagy albérletben lakik. Nehezebben tudnak pénzt megtakarítani, nehezebben jutnak előbbre.”

férfi

„A korosztályom nagy többsége nehéz helyzetben van hisz a gyerekvállalás, családalapítás, otthonteremtés manapság nem egyszerű. A stabil egzisztenciát kialakítani idehaza rengeteg időt és energiát emészt fel.”

férfi



A generáció alapvető kihívása

Bár a nemzetközi Y generációval foglalkozó tanulmányok szerint a generáció számára kevésbé fontos a saját lakás megszerzése, és inkább élményekre költik a pénzüket, Magyarországon ennek a jelenségnek az ellenkezőjét figyeltük meg. **A generáció alapvető kihívása a saját tulajdonú otthon megteremése.**

„Nehézségként látom viszont, hogy a legtöbb hasonló korú most vásárolna lakást, házat és az ingatlan árak nagyon magasak most és ezt komoly nehézségként látom.”
férfi



„A baráti körömben a hasonló korúaknál azt látom hogy férjhez mentek, megnősültek, gyereket nevelnek, próbálnak lakáshoz jutni akár a csok segítségével vagy építkeznek. **Ha nem örökölnek vagy nincs családi segítség akkor nagyon nehezem tudnak lakáshoz jutni, köztük én is.**”
nő

A saját lakás megteremtéséért a generáció nagy része **áldozatot vállal**: egy réteg a magyar családpolitikai támogatások feltételeként szabott **többszörös gyermekvállalásba megy bele**, egy más réteg pedig akár **a külföldi munkavégzést is megfontolja**.

„Jajj, az agyamra megy, ott a három éves, ott az egy éves, és még meg **KELL** szülnöm a harmadikat, és ezt borzasztó hallani. Azért szülnél, mert szeretnéd azt a babát, nem azért, mert a 10 millióért meg kell szülni azt a gyereket.”
nő



„Egyre többen vállalnak be 3 gyereket. De azt is látom, hogy sokaknak ez kényszerhelyzet. Nincs más választásuk, mint elkötelezni magukat 10-20-30 évre, és reménykedni, hogy 20 év múlva is fizetni tudja a hitelt, összejön a bevállalt 3 gyerek és hogy tart majd a szerelem/szeretet 20 év múlva is a házastárssal.”
nő



„De sajnos a környezetemben is rengeteg olyan velem egy korosztályú van, aki albérletben él, és hiába szeretnének gyereket albérletbe nem fognak vállalni. Inkább kimennek külföldre többszörös bérért, mint amit itthon kereshetnének, csak hogy ne kelljen hitelt felvenniük, vagy éppen kint is céljuk letelepedni.”
nő



Az Y generáció pénzhez való viszonya

A generáció pénzhez való viszonya kettős. Nézetüket formálta, a 2008-as gazdasági világválság, az akkor adódó alacsonyabb bérek, a pénzszűke.

- Ennek megfelelően, hogy fizetni tudják a számláikat és az esetleges hiteleket **sokan takarékoskodnak, hogy kivédjék az előre nem látható anyagi vészhelyzeteket.**
 - Fontos megjegyezni azonban, hogy erre a generáció nem minden tagja képes az alacsony fizetése miatt, ami frusztrációval tölti el őket és körükben magas a külföldön munkát, boldogulást kereső réteg.
- Többeket örömmel tölt el, ha a vágyott tárgyakat, élményeket **kedvezményesen, akciósan tudják beszerezni**, azaz ezzel is takarékoskodnak.



- Mindezek ellenére azonban a generáció nem szívesen tagad meg magától semmit.
- Bár „felesleges” tárgyak helyett **szívesebben költenek utazásra** (preferáltan nem teljes áron),
- Amennyiben szükségesnek ítélik **jelentős összegeket költenek hobbijukra, szórakozásukra.**

„A hasznosnak ítélt tárgyakat szeretem beszerezni, a szabadidő és kikapcsolódás pedig időnként belefér a költségekbe. Az értelmetlen pénzkidobás, herdálás nem jellemző. A célok eléréséhez pénzre van szükség ezért próbálok úgy alakítani az életem, hogy elő tudjam teremteni de nem minden áron. Egy bizonyos biztonsági tartaléknak mindig lennie kell a nyugalmamhoz.”
férfi

„Én meg úgy vagyok, hogy egy gázkazán, vagy bármi elromolhat, minimum fél milliónak kell tartalékban lenni. Meg a gyerekeknek most már bejön egy-egy tábor, 40-50 ezer, azért nem kellett kimaradni még egy gyereknek sem. Sok mindenen spórolok, de van, amin nem, pont azért, hogy mindenre legyen.”
nő

„Nem szeretek feleslegesen költeni, inkább tartogatom a pénzt. Mindig írok egy prioritási listát, hogy mi kell és abból viszont a legjobbat veszem meg, legyen az étel, ruha, elektronikai eszköz.”
férfi

„Saját magammal szemben smucig vagyok, de ha valamelyik közeli hozzátartozómról van szó, akkor gondolkodás nélkül megveszem azt, amire szüksége van.”
nő

„Tavaly Amerikát jártuk meg, előtte Kanári-szigeteket. Mindenki csodálkozik, hogy mennyi pénzünk van, és amikor elmondom, hogy mennyiért voltunk, akkor mindenki tátott szájjal csodálkozik. Akcióvadász vagyok!”
nő

„Ma már vannak nagyon jó áron utazások, ruháknál is figyelem mi éri meg az árát. Néha vannak impulzus vásárlásaim, bulizás során viszont nem nézem mennyit költök.”
férfi



Hogyan látja az Y generáció a tőlük fiatalabbakat és idősebbeket?

Generation



Generation



Generation



és idősebbek

Az Y generáció a tőlük fiatalabbakat anyagiasabbnak, az online világ felé jobban elköteleződöttebbnek tartják, akik a munkában is igen nagyra vágyók.

Az idősebbeket pedig pesszimistábbaknak, a megszokásokhoz ragaszkodóknak, akik megbízhatóak és lojálisak.

„Nekik még nem élvez elsőbbséget a munka (inkább a szórakozás) vagy ha dolgoznak akkor is úgy mennek oda az egyes helyekre, hogy ők már mindent tudnak, a „mocskos” munkát (kulimunkát) nem végzik el, rögtön vezető beosztást akarnak.”

nő

„Mindenki ezen az online világon csüng, kevesebb a személyes kapcsolat, mi ennyi idősen mindig együtt lógtunk, bandáztunk a lakótelepen.”

férfi

„A fiatalabbak esetében egyre inkább fontosak a külsőségek. Eltorzult értékrendet követ a többségük. Fontosabb egy luxus telefon vagy egy márkás ruhadarab mint egy rendezett lakó környezet vagy egészséges étkezés.”

férfi

„Szerintem ők pesszimistábbak. Kicsit az az érzésem hogy borúsabban látják az életet mint mi.”

férfi

„Ők már a nyugdíjra készülnek, arra várnak, hogy vége legyen a munkának. Ragaszkodnak a megszokott dolgokhoz.”

nő

„Ők megfontoltabbak, nem kockáztatnak, a biztosra mennek. Lojálisak a munkahelyükhöz, nem csak a koruk miatt, mindig is azok voltak. Igaz, lehetőségük sem volt annyi, mint most nekünk.”

nő



Életstílus – szabadidős tevékenységek



Mottó:

*„A korombeliek több időt töltenek a munka kipihenésével mint az idősebb korosztály. Munka után nem sok kedvünk marad bármit is csinálni.”
férfi*



A szabadidő fontossága



Az Y generáció számára **a szabadidő elengedhetetlen fontosságú**, valószínűleg pont azért, mert maga a nemzedék leterhelt. Nemzetközi és hazai kutatások is alátámasztják, hogy ennek a generációnak van az egyik legkevesebb szabadideje, épp ezért **valószínűleg ki akarják belőle hozni a maximumot**.

A generáció tudatosan odafigyel, hogy a munka – háztartás - (gyerek) mellett meglegyen a számukra szükséges kikapcsolódási idő.

„A szabadnapjaim a szórakozásra szánt idő. A háztartási munkákat otthon szigorúan azokon a napokon végzem el mikor dolgozom is.”
nő

„A hétvégén legalább egy napnak a pihenésről, kikapcsolódásról kell szólnia, hogy az ember fel tudjon tölteni. Az időigényes házkörűli munkákra viszont szintén a hétvége biztosít időt, de ezt felfoghatjuk aktív pihenésnek is.”
férfi

„Fontos, hogy a megfelelő mennyiségű szabadidőm maradjon még a munkám mellett is.”
férfi

Ugyanakkor a generáción belüli fiatalabb korosztály megerősítette, hogy esetükben fennáll egyfajta kényelmesség is, azaz, hogy ledolgozták a munkaidejüket és ezután már nincs kedvük, erejük további aktivitáshoz.



„Ugyanakkor az én korosztályom, ha valaki dolgozik 8 órát, hulla fáradt...nincs kedve semmihez, mert ő dolgozott. Hajlamos azt hinni a mi korosztályunk, hogy 8 óra munkán kívül az alvás fér bele, semmi más nem.”
férfi



Életstílus – tájékozódás, médiahasználat, digitális eszközhasználat

Mottó:

„Mostanában a hírportálokat hanyagolom, mert felmegy tőlük a vérnyomásom, ideges leszek, hogy mennyi negatív hír van. Filmeket szoktam nézni online.”

nő

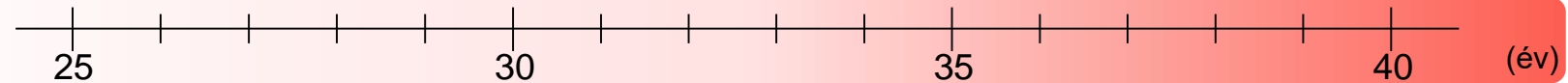
„De híradót nem nézünk, a rosszat kizárjuk az életünkéből.”

nő



Az Y generáció offline média fogyasztása

A generáció számára a hagyományos médiumok (tévé, rádió) **leértékelődtek**, feltehetően azért, mert személyre szabott és bármikor elérhető tartalmat keresnek. Figyelemre méltó tendencia, **hogya korosztály amennyire tudja, kerüli a reklámokat és generáción belül minél fiatalabb valaki, annál valószínűbb, hogy tudatosan kerüli a napi híreket is.** A generációra jellemző, hogy ha már TV-t néznek, akkor az érdeklődési körüknek megfelelő ismeretterjesztő programot, vagy szórakoztató programot választanak.



„Nem olvasok újságot, bulvár lapokat és tévém sincs. Híreket nem nézek, nem is érdekel.”
férfi



„Az offline média nálam kimerül a tv nézésben és a rádió hallgatásban. Újságot nagyon ritkán olvasok, csak ha a kezem ügyébe akad. A tv-ben jellemzően ismeretterjesztő, tudományos csatornákat nézek. A napi híreket a rádióban hallom.”
férfi



„Rádiót szoktam hallgatni reggelente a konyhában, vagy a kocsiban, tévét is nézek de újságot nem olvasok.”
férfi

„Rádiót nem hallgatok, mert utálok a reklámokat, ezért Spotify-on vagy YouTube-on (van prémium változatom) hallgatok.”
férfi

„Általában a nap végén a főzés mellé bekapcsolódik, viszont inkább NatGeo-t, Viasat History-t, Discovery Channel-t, szoktam nézni, ami kicsit edukál más területeken. A híradókat messzemenően kerülöm.”
nő



„Én nem nagyon nézek tv-t. Nyomtatott sajtó az nálam zéró. Rádiót sem hallgatok, tehát nekem ilyen szempontból médiahasználatom alig van. Tudatosan kerülök is mindent, ahol reklám megy, ezeket próbálom kerülni.”
nő

„Tévé nem is nagyon szoktunk nézni, esetleg háttérzajnak használjuk. A híradót megnézzük, nyilván nem a pártpolitikait, hanem inkább egy függetlent. Inkább sorozatokat nézünk.”
férfi



Az Y generáció online média fogyasztása

Az Y generáció egyre inkább az online világban találja meg azokat a tartalmakat, amelyeket szívesen fogyaszt (olvasnak, hallgatnak, néznek). Ennél a generációnál megfigyelhető, hogy **nem ők akarnak alkalmazkodni a médiához, hanem a médiától várják el, hogy alkalmazkodjon hozzájuk.**

- **Klasszikus televízió-nézés átalakult az online tartalmak megtekintésére**, amelyhez nemcsak TV készülék, hanem okostelefon, tablet, laptop, vagy számítógép is megfelelő
- **Az online videós tartalmak elsődleges forrása a Youtube**, illetve sorozatok esetén **a média tartalomszolgáltatók** (pl. Netflix)
- Azok, akik olvasnak híreket, **az online hírportálokat és a Facebookot** említették tájékozási forrásként.
- Az online tartalmak közül a generáció tagjai **kiválaszthatják az érdeklődési körüknek megfelelő oldalakat**
- Az Y generáció alacsony arányban említette, hogy követne blogokat, vlogokat
 - Akik viszont követnek többen említettek külföldi forrásokat, amellyel a nyelvtudásukat is fejlesztik

„Híroldalakat szoktam, index, HVG, sportoldalak, helyi oldalak, néha megnézek humoros oldalakat. Facebook a mobilon és Youtube.”

férfi

„Technikai kütyüs videókat szoktam nézni: új telefon, okosóra, lpad.”

nő

„A Youtube és a Facebook kb. teljesen lefedi az online időtöltésemet. Itt vannak olyan tartalomgyártók, zenei csatornák amik érdekelnek. Pl.: Magyarósi Csaba, MHVlog, Speedzone, Totalcar, Szegezdi Szabolcs, Doctor D.S., Armada Music, Qdance stb. A csatorna lista szűrfözések közepette bővül ha találok érdekes tartalmat ”

férfi

„Tudatosan csak futással, egészséges életmóddal kapcsolatos híreket, cikkeket olvasok és olyan embereket követek, akik márkát képviselnek pl. Salomon.”

férfi

„24.hu, Tech&Tud facebookos oldal, YouTube-on Urbex Gyula – Szellemvárosok – Abandoned Hungary, HVG.hu, 24.hu. Szóval vegyes.”

nő

„A YouTube-on rengeteg oldalt követek: vegán étrendet folytató sportolókat, szakácsokat, mind külföldi.”

férfi




Az Y generáció hozzáállása az digitális eszközhasználathoz 1.

A generáció számára a különböző **okoseszközök használata a mindennapi élet része**. A nemzedék egyöntetű véleménye, hogy ezek **az eszközök praktikusak és megkönnyítik az életet**.

„Ezeket az okos eszközöket hasznos dolgokra tudom használni és nem elbutításra.”
férfi

„Mi, 30-asok a praktikumot nézzük, az eszközökben. Örülünk neki.”
férfi



A többség szerint naponta 2-3-(4) órát van online, amivel **feltehetően alulbecsülik az internethasználat idejét**. Egy réteg beszámolt arról, hogy a mobilra érkező üzenetek, értesítések miatt inkább többször, de alkalmanként rövid időt tölt a telefonnal. Egy rétegben már megfogalmazódott, hogy a huzamosabb eszközhasználat függőséghez vezet és próbálják korlátozni magukat.

„Azért meg kéne találni az egyensúlyt, hogy ne függőség legyen, hogy folyamatosan Facebookot meg Instagramot pörgetek. Én úgy tekintek az okoseszközökre, hogy az életet megkönnyítő, de a haladást segítő dolgok. Én munkaeszközként tekintek én ilyenekre. A függőség részét elkerülöm.”
nő



A mobiltelefon univerzális eszközként mindenki életének a része, a többség az ügyei nagy részét is a telefonja segítségével intézi.

Az Y generációra kifejezetten jellemző, hogy legalább napi 30 percet – de inkább többet - tölt videók okostelefonon történő nézegetésével, tartózkodási helytől függetlenül, a „video-on-the-go” a mindennapjaik része.

„Nincs autóm, a városon belül tömegközlekedéssel utazom. Bevallom, már nagyon unom a napi utazást, és ilyenkor mindig a telefonomon nézek videókat, Messengerezek, utána nézek dolgoknak, szóval hasznosan töltöm az időm.”
nő

„A telefonomat kapcsolattartásra, tájékozódásra, sorozatnézésre használom. Postára, bankba nem járok, azt is inkább a telefonon intézem. Hasznosnak tartom az eszközöket, mert az ember csak bepötyög valamit és azzal kapcsolatban gyorsan, sokféle információhoz juthat.”
nő



Az Y generáció hozzáállása az digitális eszközhasználathoz 2.



Az Y generáció tagjai számára **a televízió csupán egy képernyő**, amely sokkal több funkció betöltésére képes, mint csupán tévézés: egyaránt használható videójátékokhoz, internetezés és zenehallgatás során.

*„Az okos tévé tök jó mert ha az ember gondol egyet azon is meg tud nézni egy Youtube videót, elérhető rajta az internet, nem kell külön laptop vagy mobil.”
férfi*



A többség használ laptopot és/vagy asztali gépet is a munkavégzéshez, tanuláshoz, illetve univerzális eszközként általános internethasználathoz is.



Okosóra, okoskarkötő használatról is beszámolt egy réteg, egyrészt az aktivitásmérő funkcióját kihasználva, másrészt az okostelefon kiterjesztéseként.

*„ Okoskarkötő egészségügyi szempontból jó, méri az aktivitást, a pulzust ,nyomon lehet követni mennyit mozogtam,hétfévi foci után ki lehet értékelni hogy változott-e az aktivitásom.”
férfi*

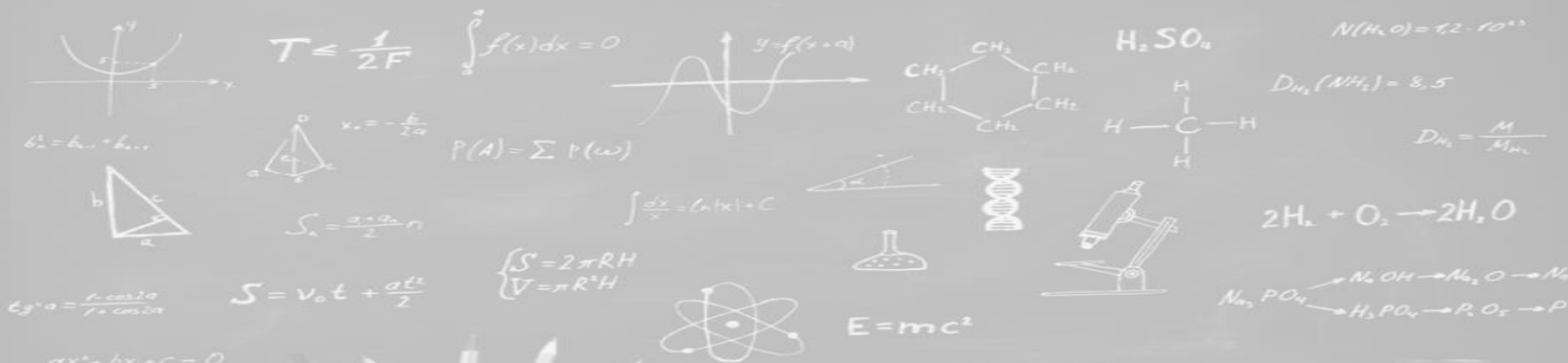
*„Okos karkötőt használok még, szeretem hogy kommunikál a telefonommal. Munka közben kényelmesebb mint az okostelefon.
nő*

Az Y generáció esetében egyértelműen a kommunikáció uralja a virtuális tér használatát: körükben az kapcsolattartás és a közösségi oldalak felkeresése a leggyakoribb online tevékenység. Emellett az információgyűjtés, az online játékok, illetve a vásárlás tekinthető a leggyakrabban végzett tevékenységnek a virtuális térben. Míg az online bankolást kevesebben említették, addig az online tartalomnézés minden válaszadóra jellemző volt.





Munkához való viszony – oktatás, diploma megléte



Mottó:

„Az oktatás semmiféleképpen nem készít fel az életre. Én mindig dolgoztam mellette, muszáj volt tapasztalatot szereznem. Az egyetem inkább ilyen közszféra: se fejlődés, se rugalmasság, se tempó. Mindig úgy éreztem, hogy az egyetemeknek meg kellene nézniük, hogy mi van a versenyszférában.”

nő



Hogyan látja az Y generáció az iskolai képzését?

Az Y generáció a hazai és nemzetközi kutatási tapasztalatok szerint sikerrel internalizálta szüleinek értékeit a tanulással kapcsolatban, ezért a többség szívesen tanult. Az Y generációt a legképzettebb nemzedéknek is nevezik. **Egybehangzó a véleményük abban, hogy az iskolai képzés során nem kaptak megfelelő felkészítést a munka világára.**

„Nem érzem úgy hogy az egyetem valamennyire is felkészített volna a munka világára. Az hogy megmutatták hogyan kell önéletrajzot írni azt nem nevezném felkészítésnek. Amit az egyetemen tanultam azt nem tudom alkalmazni a munkahelyemen vagy csak nagyon kis részét.”

férfi

Kapcsolat cégekkel

„Az egyetemeknek sokkal jobb kapcsolatot kellene kialakítani más cégekkel, ahova el lehet küldeni gyakorlatra az embereket.”

férfi

Projekt szemlélet

„Az oktatásnak a projekt szemléletet meg a csapatmunkát be kell iktatni, szóval anélkül nem lehet dolgozni sehol.”

nő

Lényeges tudnivalók

„Rengeteg felesleges dolgot tanulnak a diákok. Ezek helyett lehetne sokkal naprakészebb dolgokat tanulni, mint pl. alap jogokat, matematikából olyan számításokat, amire a mindennapi életben szükség van. (rengetegen százalékot sem tudnak számolni.)

nő

Gyakorlatorientált oktatás

„Jobban meg kéne válogatni azokat a tantárgyakat amik bizonyos végzettséghez szükségesek. Sokkal gyakorlatiasabb irányba kellene eltolni a képzést, hogy a diákok simábban beilleszkedhessenek a munka világába.”

férfi

Gondolkodásmód

„Az biztos, hogy nem a sok lexikális tudással kell felkészíteni a diákokat az életre, hanem a gondolkodásmód és a soft skilllek fejlesztésével.”

férfi



Az Y generáció tagjai számos ötletet fel tudtak sorolni, hogy mivel tudná az oktatás elősegíteni a munka világába történő átmenetet.



Diploma vs. szakma megítélése

Mivel a megkérdezettek között voltak diplomások is és középfokú végzettségűek is, a **véleményük megoszlik abban a kérdésben, hogy szükséges-e a diploma az érvényesüléshez.**

Az egyik nézőpont szerint **a diploma ma már egyfajta alap**, egyesek szerint az „új érettségi”. Elsődleges célja nem feltétlen a végzettség megszerzése, hanem a tanulékonyság, a kitartás mutatója.

„A diploma számít, mert nem feltétlenül kapjuk meg a kellő tudást, de már tükrözi az élethez való hozzáállást.”
nő

„A diploma csak egy papír. Mindenféleképpen kell, hogy lássa a munkáltató, hogy egy diplomát meg tudok szerezni, de hogy azon mi van, azt már kevésbé érzem fontosnak.”
férfi

„Ha valakinek még diplomája sincs, akkor az jelent valamit. Nem volt kitartása”
férfi

A másik nézőpont pedig az, hogy ma Magyarországon sok szakember hiányzik, és **egy szakmával is jól lehet érvényesülni**, illetve egy diplomával is végezhet valaki teljesen más munkát is, mint a végzettsége.

„Egy jó szakmával lehet hogy többet ér el az ember mint egy diplomával. Ha csak azt nézzük hogy mennyi szakember hiányzik akkor egy ha valaki ezt kitanulja és jól is csinálja akkor vállalkozóként többre viheti mint más diplomával.”
férfi

„Ma már semennyire nem fontos a diploma, akiket ismerek, azok többségben nem az eredeti végzettségükben dolgoznak. Sokan csak a szüleiket akarják megnyugtatni, hogy megszerzik.”
nő

„Nem fontos a diploma, lehet 6 diplomád is, ha nem állod meg a helyedet a munkahelyen akkor keresnek egy másikat. A teljesítményért fizetnek meg, a diplomádért senki nem fizet.”
férfi



Munkához való viszony – álláskeresés, munkahelyváltás, elvárások

Mottó:

*„Nem azért nem teljesítenek az emberek mert nem akarnak, hanem mert alul vannak fizetve, nincsenek értékelve, nincs feedback vagy nagyon gyenge, és unják a munkahelyüket”
férfi*

*„Hosszú távon nem mehet a család rovására a karrier/munka. A sok munka beleférhet ideig óráig de csak akkor ha szükség van rá valamilyen cél érdekében.”
férfi*



Az Y generáció az interjúkba bevont tagjai a klasszikus álláskeresési módszereket sorolták fel, amelyeket már használtak. **A többség alapvető álláskeresési platformja az internet.**

- Többen említették **a felsőfokú képzéshez kapcsolódó gyakornoki programot**, amely végén állásajánlatot kaptak,
- illetve - főleg a vidéken élők közül - azt, hogy az ismerősökön keresztül sikerült munkát találniuk.
- Az aktív keresési csatornák közül **kiemelt jelentőségűek az álláskereső portálok**,
- de volt, aki **fejvadász** segítségét is kérte az ideális önéletrajz megírásához.
- Nagyon kevesen említették a nyomtatott hirdetési formákat, jelentőségük elenyésző.

„Szakmai gyakorlaton voltam a cégnél. Hamar beépültem a csapatba, már gyakorlati idő alatt úgy értékelték, mintha valódi munkatárs lennék. Aztán felajánlották a teljes munkát, és én éltem vele.”
férfi

„Álláskereső portálon találtam a hirdetésüket annak idején.”
nő

„Az egyetem után a frissdiplomas.hu és a profession.hu-n keresztül informálódtam. Másodjára már csak a profession.hu-n kerestem.”
férfi

„Általában interneten kerestem de volt hogy újsághirdetésben és voltam fejvadász cégnél is.”
nő

Az Y generáció a munka világában „fogyasztóként” jelenik meg, azaz a munka élményét kívánják megtapasztalni. Fontos számukra, hogy jó nevű szervezeteknek dolgozhassanak. Úgy keresnek állást, mint amikor terméket vásárolnak. Nagyon tudatosak, információt gyűjtenek, összehasonlítanak és véleményt formálnak a munkaadóról, még a találkozást megelőzően.

„Álláskeresés során fontos számomra a munkavégzés helye, ideje, a juttatások, költségterítések, munkabér, tervezhetőség, stabilitás. Ezek közül talán a munkabér, munka körülmények és a tervezhetőség ami a legfontosabb.”
férfi



Miért váltanak munkahelyet az Y generációsok?

Az Y-generáció **magasabb fizetéshez, jobb pozíciókhoz juthat a gyakoribb váltással, és könnyebben találhatják meg azt a közeget, ahová igazán illenek.** Ennek megfelelően az Y generációs munkavállalók **váltása** olyan jellemző, ami szinte **mindenképpen megtörténik, a kérdés csak az, hogy mikor.**

A váltás okai jellemzően a következők:

- **Több pénz:** szerintük a legtöbb gyakran váltó munkavállaló gyorsabban növeli a fizetését, mint akik maradnak.
- **Előrelépés:** sokan azért váltottak, mert jobb karrierlehetőséget láttak az új helyen. Sok kis cég egyszerűen nem tudja biztosítani, hogy elég gyors előrelépésre legyen lehetőség, így marad a váltás.
- **Beilleszkedés:** az Y generáció folyamatosan keresi azt a vállalati kultúrát, hangulatot, munkastílust, amibe igazán beleillik.
- **Munka-magánélet egyensúly:** hosszú távon nem viselik el, ha csorbul az ehhez való „joguk”.

„Mindig a jobb felé, a jobban fizető állás felé. Általában a pénz motivált munkahely váltásra de volt hogy a munkakörülmények.”
nő

„A váltás oka az volt, hogy mindkét esetben az anyagi elismerés hiányzott, amit úgy éreztem, csak váltással tudok elérni.”
férfi

„Nem tudunk megülni „egy helyben”, folyamatosan munkahelyet váltunk. Van a baráti körömben olyan is, aki a fejlődés miatt vált...de van aki csak a pénzért, hogy minél többet keressen.”
nő

„Mindig akkor váltottam, amikor nem éreztem jól magam a munkahelyemen. Emellett a fizetés is fontos szempont.”
nő

„Sokszor szoktam feltenni magamnak, hogy mi a fontosabb, több százezret keressek, nincs magánélet, stressz, estig munkában lenni, ami az egészségre rámegy? Itt szoktam arra jutni, hogy nem biztos, hogy az egészség rovására annyira fontos a pénz.”
férfi



Hogyan látják az Y generációsok, hogy mit várnak el a munkáltatók tőlük?

Az Y generációs munkavállalók érzékelik a munkaadóik **alapelvárásait**, azaz

- a pontos, precíz időben elvégzett munkát,
- a megbízhatóságot, a felelősségteljeséget
- a rugalmasságot
- és az esetenkénti plusz idő- és energiaráfordítást

„Pontos, precíz, proaktív, időben végezze el a munkáját.”

nő

„A munkavállalója megbízható legyen, felelősségteljesen végezze a rá kiszabott feladatokat, fontos, hogy esetlegesen egy kis plusz időt és energiát befektessen a munkavállaló munkakörébe. Fontos, hogy önálló legyen.”

nő

„Legyen abszolút rugalmas, abszolút sokrétű, ne legyen magánéleti problémája, álljon rendelkezésre, stabil munkaerő legyen. Nem feltétlenül ragaszkodnak a végzettséget igazoló papírhoz, elég ha rátermett az ember arra a munkakörre.”

nő

Azonban ez a generáció már szembesült azzal a nehezen teljesíthető követelménnyel is, hogy **pályakezdőként is rendelkezzen munkatapasztalattal.**

„Sok helyen elvárják a kezdőktől is a munkatapasztalatot.”

nő

Főleg a vidéki válaszadóknál volt megfigyelhető, hogy ott a cégek a jelentkezők fizetési igényére fordítanak nagyobb hangsúlyt.

„Az t vettem észre hogy nekik nem az az első hogy az embernek milyen szakmai tapasztalata van, sokkal inkább azt teszik előre hogy mik a fizetési igények.”

férfi

A lojalitás kérdése azonban ellentmondásos és érzékeny téma számukra: egy réteg kényszerítve érzi magát a váltásra*, hiszen így érhet el magasabb fizetést, miközben tudják, hogy a munkaadók elvárása a lojális munkaerő.

„Manapság amit talán leginkább elvárnak az a céggel szembeni maximális lojalitás. A munkavállaló helyezze mindig a cég érdekeit sajátja elé.”

férfi

„A munkahely váltást jobban díjazták, mint a lojalitást → ha Professionra felrakod magad és megkeres egy cég, elmondod a bérigényed és az a cég, aki felvesz téged hamarabb fog neked több pénzt adni, mint egy 5 éve ott dolgozó embernek, ha tudja, hogy az lojális és ügyis ott marad, pedig lehet ő jobb képességű és idősebb is nálad.”

férfi

* Bővebben az előző oldalon



Milyen elvárásaik vannak az Y generációnak a munkahelyük felé? 1.

A Y generáció tagjai **magas elvárásokat támasztanak** a munkahellyel szemben, és **úgy akarják munkájukat kialakítani, hogy az az életvitelükhöz igazodjon, nem a saját életüket igazítják a munkájukhoz.** Elvárás-listájuk konkrét, tudatosan összeállított, és nem szívesen engednek az egyes pontokból.

„Számomra fontos, hogy olyan munkahelyen dolgozzak, ahol figyelembe veszik, hogy van családom, gyermekem, támogatnak (nemcsak anyagilag), és jól érzem magam. Fontos számomra, hogy jó csapatban dolgozzak, szeressük egymást a kollégákkal (természetesen a konfliktusok ennek ellenére elkerülhetetlenek), hogy megbecsüljenek.”
nő

Az elvárásaik középpontjában a vezetési stílus és munkahelyi hangulat áll.

Vezetőiktől, az alapvető szakmai hitelességen túl,

- a kapcsolatorientált működésmódot,
- a személyességet,
- a (folyamatos) visszajelzést,
- a támogatást
- és figyelmet várják el.

„Jó főnök, aki nem csak követel. Sokszor vannak itt is kérdések, és akkor azt a választ kapom, hogy oldd meg! Ez néha kicsit izé, hogy akkor miért van főnököm?!”
nő

„Folyamatosan kapjam a visszajelzést. Negatív-pozitív, úgy mondja el, hogy befogadható legyen, ez legyen rendszeres. Ez nekem kell. Ha az engem épít, jobban fogok dolgozni, szeretnék fejlődni.”
nő

„Fontos, hogy egy főnök ne főnök legyen, hanem vezető. Meg valamelyest ugyanúgy részt vegyen a csapatnak a mindennapi életében. És nem csak leirányít, értse a mi problémáinkat meg nehézségeinket is. Együtt keressünk rá megoldást.”
férfi

„Azt várom el, hogy segítsenek, nem azt, hogy „na akkor csináld meg”, segítőkészséget. A jó főnök nem felül van és diktálja, hogy mit kell csinálni, hanem segíti a dolgozókat. Ha probléma van, segítsen, működjön együtt.”
férfi

A vezető ideálisan egy csapattag, aki egy más nézőpontból figyelve segít nekik hatékonyabban megoldani a közös feladataikat, egyfajta mentor szerepet tölt be.



Milyen elvárásaik vannak az Y generációnak a munkahelyük felé? 2.

A jó munkahelyi légkör, a jó csapat szinte minden interjúban megjelent, mint alapkövetelmény azért, hogy szeressenek bejárni dolgozni. A jó légkör fokozza a hatékonyságukat is.

„Legyen jó légkör az irodában. Ez fontos szerintem, hogy szeressek bejárni dolgozni, mert akkor sokkal hatékonyabban lehet dolgozni.”
nő

„Amit elvárok hogy egyenesek legyenek egymással a kollégák, ne furkálják egymást. Azt nem mondom hogy mindig jó kedvűek vagyunk, de tisztességesek legyenek egymással és akkor jól működik a csapat.”

férfi

„Nagyon fontos a munkahelyen a jó légkör, hogy jól kijöjjenek a munkatársakkal, őszinte egyenes emberek vegyenek körbe.”

férfi

„Olyan munkahelyen szeretek dolgozni, ahol a munkatársak segítik egymást, jól kijönnek egymással, jó a hangulat, a légkör, és lehet egymással beszélgetni, nevetni, persze nem a munka rovására.”

nő

Fontos érték számukra **a rugalmasság**, ezt ők is képviselik és a munkaadótól is elvárják. Az igény megjelenik egyrészt a munkaidőben is, másrészt pedig személyes igényeire is vonatkozik (munka-magánélet egyensúly).

„Rugalmas legyen a munka, tudjak néha otthonról dolgozni.”
nő

„Rugalmas legyen a munka, én tudjam beosztani az időmet.”
férfi

Elvárás körükben **a szakmai kihívás, a fejlődési lehetőség.**

„A munkám megfelelő szakmai kihívásokat nyújtson.”
férfi

„Legyen benne kihívás, fejlődési lehetőség.”
nő





Milyen elvárásaik vannak az Y generációnak a munkahelyük felé? 3.




A generáció elvárása saját magától az egzisztenciateremtés, az anyagi biztonság megteremtése, ha lehet minél gyorsabban, ezért ez megmutatkozik **a fizetési igényükben** is. A fizetés azonban csak egy eleme az elvárásaiknak, mivel értékelik a plusz juttatásokat és **igényelnék a nemcsak anyagi, hanem munkájuk utáni megbecsülést is.** (értékelés, dicséret, ösztönzés).

„Jövedelem igényem annyi, amennyi megadja nekem az anyagi biztonságot”
nő

„Természetesen szeretnék többet keresni, hogy nyugodtabban vásárolhassak, tudjak félre rakni illetve fedezni tudjam az aktuális kiadásaimat.”
férfi

„Az ideális munkahelyen megbecsülik és honorálják a jó munkaerőt. Számomra a mai világban a nettó 300.000 forint egy normális fizetési igény. Ha elégedettek velem akkor ösztönözzenek, honoráljanak megfelelően.”
férfi

„Az ideális munkahely reális munkabért fizet, cafetériát, prémiumot, esetleg támogatja a bejárást is.”
nő



A munka és magánélet egyensúlya: Egyfelől pozitívan értékelt a nőkre vonatkozóan a gyerekvállalás és az utána történő visszatérés támogatása.

Másfelől ez a generáció értékeli a kiszámíthatóságot a munkaidőben is, azaz, ha a munka nem megy a magánélet rovására (pl. munkaidőn túli rendezvények miatt).

„Össze tudjam egyeztetni a gyerekekkel a munkát.”
nő

„Az t várom el hogy kiszámítható legyen a munkaidőm.”
férfi



A **karrier** szó a legtöbb megkérdezett Y generációs számára negatív asszociációkat keltett: **túlzott erőbedobást, időráfordítást áldozatot éreznek a szó mögött**, ezért a többséghez nem áll közel a kifejezés.

A munkahelyi siker azonban más: alapvetően a munka elismerését (anyagi szempontból is), a szakmai fejlődést és az élvezettel végzett munkát értik rajta, amelyet a többség célul tűz ki.

„Akkor érzi magát sikeresnek amikor megbecsülik a munkáját és felnéznek rá, mert ezt senki jobban nem tudta volna megcsinálni.”
nő

„Hogyha el tudom végezni azt a munkát, amit rám bízna, az nekem egy siker. Vagy pláne, hogyha olyasmit tudok megcsinálni, amit esetleg elsősre azt gondoltam, hogy nem fog menni, vagy nagyon nehéz lesz. Ha új dolgokat tanulok, az siker.”
férfi

„Nekem a siker az, ha elismerik a munkám, ha meg vannak velem elégedve. Akkor én is meg vagyok magammal elégedve.”
nő

„Sikeres vagy a munkádban ha nincs rá panasz, élvezed és meg tudsz tisztességgel élni belőle. Ezzel már elégedett lehet az ember.”
férfi

„Sikeres akkor valaki, ha elismerik a munkáját, jól csinálja, amit csinál és felnéznek rá, tisztelik.”
nő

„Akkor érzem magam sikeresnek, ha megoldok egy problémát és mellette még jól is érzem magam a munkában, nem stresszelek.”
férfi

„Akkor érzem sikeresnek magam, amikor minél gyorsabban megoldok egy feladatot, gyorsan és precízen, kicsi hibafokkal.”
férfi

„Akkor érzem magam sikeresnek, ha értelmes és érdekes feladatot végezhetek, amelyet mint szakmailag és mint anyagilag is elismernek.”
férfi

„Az már siker ha a kollégáim tőlem kérnek szakmai támogatást vagy segítséget, ez jó érzés, vagy ha a főnöke megdicséri, egy béremelés is sikerélmény mert ahhoz le kellett tenni valamit az asztalra, megbecsülnek de mint mondtam ha tőlem kérnek tanácsot, ezzel elismerik a tudásomat, a tapasztalatomat, megbízna bennem.”
férfi

„A jólét számomra a siker. Ez nem csak anyagi jólét. Ha az ember harmóniában van magával akkor az már siker. A munkahelyen is tudja teljesíteni az elvárásokat akkor az a siker kihat a magánéletére is. Én elégedett vagyok magammal, ami ezen felül jön, az a siker.”
nő



Munkához való viszony – generációk a munkahelyen





Érzékelnek-e az Y generáció tagjai a munkahelyükön generációs nehézségeket?

Generation



Generation



Generation



és idősebbek

Az Y generáció a tőlük fiatalabbakat kevésbé felelősségteljesnek látja a munka terén.

„A fiatalabbaknak mocskos a munka és nem maradnak ott/ nem vállalják el, mert úgy hiszik az nem a képzésüknek megfelelő, sokszor teherként élik meg, hogy dolgozniuk kell és „csak legyünk túl rajta” alapon gondolkoznak.”

nő

Az idősebbek felelősségteljesek, de féltetik a pozíciójukat és a modern eszközök használatában nem magabiztosak.

„Tapasztaltam rivalizálást, mert az idősebbek sokszor tartanak attól, hogy odamegy egy fiatal friss, újító gondolatokkal és nem akarják, hogy változtassanak olyan dolgokon, amiket ő már megszokott, esetleg félti a presztízsét.”

férfi

„Generációs különbség a modern eszközök használata során ütközik ki, az idősebbek nehezebben boldogulnak a technikai eszközökkel. Az idősebbek mindent meg akarnak oldani a két kezükkel függetlenül a jelen kor előírásaitól vagy munka folyamatoktól.”

férfi

„Ők alázatosabbak, náluk még nem tapasztaltam hogy „csúnya szóval, szarnának bele. Ők odateszik magukat, elhivatottabbak.”

nő

A legtöbb Y generációs alany azonban kiemelte, hogy a legtöbb munkahelyi nehézség inkább személyiség-, mint korfüggő, azaz nekik nem okoz nehézséget együttműködni különböző korosztályokkal. Ennek megfelelően a generációs nehézségek feltehetően inkább a munkáltatókat érintik pl. kommunikációs és motivációs szempontból.